

La Red de Food Hubs en Michigan Webinar Transcript

Ante todo, bienvenidos a esta breve presentaci3n sobre Food Hubs y la Red de Food Hubs en el Estado de Michigan. Esta presentaci3n contiene informaci3n importante explicando qu3 es un Food Hub y, a la vez, contiene los recursos disponibles para agricultores y propietarios de empresas alimentarias dentro de la red de Michigan Food Hubs. Esta presentaci3n se pone a disposici3n gracias al Centro de Sistemas Regionales de Alimentos por la Universidad Estatal de Michigan. La misi3n del Centro es involucrar a la gente en Michigan, en los Estados Unidos y en el mundo en desarrollar sistemas de alimento que son integrados regionalmente y, a la vez, tambi3n son sostenibles. En los 3ltimos a3os, Food Hubs han sido parte del discurso dentro de comida local con agricultores y otros negocios alimentarios definido por el USDA o el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, un Food Hub regional es un negocio u organizaci3n que maneja la agregaci3n, distribuci3n y el marketing de productos que son de origen conocida, principalmente de productores locales o regionales para fortalecer su capacidad de satisfacer demanda por mayor, por menor e institucional. La aparici3n de Food Hubs ha venido en respuesta a la demanda de comida local por mayor volumen. Agricultores tienen la opci3n de vender a un Food Hub y, a la vez, todav3a mantener la historia y valores que vienen con producci3n de comida local. Muchas veces, el concepto inicial de un Food Hub confunde a mucha gente. Es importante clarificar c3mo un Food Hub es diferente a un distribuidor tradicional con fines de lucro que todav3a suplementa productos alimentarios locales, pero tambi3n ofrece productos de lugares internacionales. Aqu3, unas caracter3sticas de un Food Hub regional: Coordinando la agregaci3n, distribuci3n y marketing de productos alimentarios a nivel local o regional de m3ltiple productores a m3ltiple mercados, con la prioridad yendo a peque3os y medianos productores. N3mero dos, utilizando una o m3s estrategias de diferencial al producto para asegurar que productos pueden obtener un buen precio por sus productos. Y tercero, un impacto econ3mico, social y ambiental positivo dentro de la comunidad respectiva, y eso es trabajando con los socios de cadena de valor para lograr metas financieras y sociales comunes. Food Hubs pueden ofrecer un gran n3mero de servicios distintos adem3s de la agregaci3n y distribuci3n de comida. Por ejemplo, este Food Hub, llamado simplemente Local Food Hub en Virginia, ofrece servicios como planificaci3n de producci3n, capacitaci3n al agricultor, programas de aprendizaje y donaci3n a bancos de alimentos locales. Investigaciones actuales sobre Food Hubs est3n determinando cu3les de estos servicios proporcionan m3s valor a clientes de Food Hubs, mientras todav3a ofrecen los ingresos suficientes y otros recursos financieros para que el Food Hub pueda continuar este servicio. Para tener una mejor idea de las varias caracter3sticas de Food Hubs, el Centro de Sistemas Regionales de Alimentos por la Universidad Estatal de Michigan y el Wallace Centro en Winrock Internacional realizaron una encuesta de Food Hub en los Estados Unidos. M3s de 125 Food Hubs respondieron, con 107 de las 125 respuestas lo suficiente completas para



hacer un análisis. Aquí tenemos un mapa de la ubicación de los 107 Food Hubs cuyas respuestas pudieron ser usadas. Aquí en el Medio Este de los Estados Unidos, incluyendo Michigan, 12 Food Hubs respondieron a la encuesta. De los Food Hubs que fueron estudiados, casi la mitad fueron negocios con fines de lucro, alrededor de un tercio fueron organizaciones de negocios con fines de lucro, mientras 13 por ciento fueron clasificados como cooperativas. Esta página demuestra los tipos de productos que los Food Hubs que estudiamos venden. Aquí podemos ver el porcentaje de Food Hubs que venden estos productos. Esto se puede ver en el color anaranjado, y en el color azul marino podemos ver el medio porcentaje de total ventas brutas que cada categoría de productos tuvo. Para elaborar, hay que ver el primer ejemplo aquí. Como podemos ver, 93 por ciento de Food Hubs tienen o venden productos frescos y hierbas. De estos Food Hubs, 63 por ciento de su medio porcentaje de total ventas brutas vienen de esos productos, que son los productos frescos y hierbas. 22 de los 81 Food Hubs que respondieron a esta pregunta concentraron 95 por ciento o más de sus ventas en productos frescos y hierbas. También podemos ver que mientras muchos otros Food Hubs tienen productos además de productos frescos y carne y aves de corral, esos productos generalmente [fónica] constituyen una cantidad mínima de las ventas total de Food Hubs comparado a productos frescos y carne. Los Food Hubs que fueron estudiados son de muy pequeños a grandes en cuestión de ingresos generados. Hay que notar que los ingresos fueron de 1500 a 75 millones, la mediana que es 450 mil en ingresos es más característico que el medio de ingresos de Food Hubs, lo cual realmente no es un buen medido. Lo que sí podemos afirmar sobre este estudio es que Food Hubs tienen el potencial de ser negocios financieramente viables. Muchos Food Hubs creen que la demanda por sus productos locales está creciendo, pero retos como el manejo de crecimiento y equilibrando la oferta de demanda fueron dos áreas donde Food Hubs luchan un poco. En Michigan existe una red que ayuda con la capacitación sobre Food Hubs. Esta red se llama la Red de Food Hubs en Michigan. La red tiene un convenio entre Rich Pirog con el Centro de Sistemas Regionales de Alimentos por la Universidad Estatal de Michigan y Marty Gerencer con Morse Marketing Conexiones. La red mantiene tres juntas o reuniones a nivel estatal tres veces al año para personas que trabajan o apoyan Food Hubs. La red contrata a varios [fónica] facilitadores de Food Hubs, mantiene un Listserv y es financiado por la Fundación Kresge y Kellogg. Aquí tenemos la red de Food Hubs en Michigan y los Food Hubs que apoyan el Estado de Michigan. La Red tiene enlaces con la Colaboración Nacional de Food Hubs y otros Food Hubs fuera del Estado de Michigan. La red comparte información, recursos y soluciones prácticas para los retos que Food Hubs enfrentan. Después de dos años bajo operación, una evaluación de la Red de Food Hubs de Michigan demuestra que continúa de ofrecer beneficios en un número de aspectos. Por ejemplo, Food Hubs en Michigan están de acuerdo que la red consistentemente ofrece apoyo técnico, información de investigación, información sobre asistencia financiera. Los programas educativos que ofrece dan la oportunidad para que agricultores en Michigan accedan mercados nuevos y, gracias a varios proyectos especiales, ha ayudado mantener los productores operando a nivel pequeño



competitivos en un mercado grande. Juntas o reuniones han fomentado cooperación negocio a negocio entre Food Hubs y, finalmente, el dinero invertido por el Estado de Michigan vía MDARD, conjunto con la Red, ha ayudado Food Hubs para que soliciten y gestionen presupuestos adicionales de otros programas. El Centro de Sistemas Regionales de Alimentos por la Universidad Estatal de Michigan y Morse Marketing Conexiones son un recurso de información sobre la Red de Food Hubs en Michigan. Muchas gracias por su atención durante esta presentación. Esperamos que fue informativa. Aquí presente hay información de contacto si hay preguntas. Gracias y que tengan buen día.

